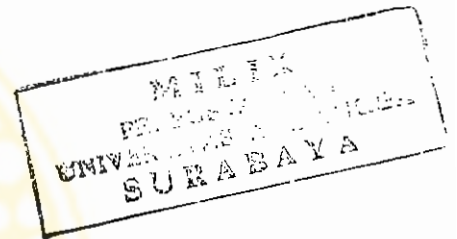


**ANALISIS PENGARUH ATRIBUT JASA PENYIARAN  
RADIO DALAM MENARIK MINAT DENGAR ULANG  
AUDIENS PADA PT. RADIO DUTA CAKRAWALA SERASI FM  
( DCS 101,6 FM ) MADIUN**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**



**DIAJUKAN OLEH**

**NILA MURIANI**

**No. Pokok : 049615466**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2001**

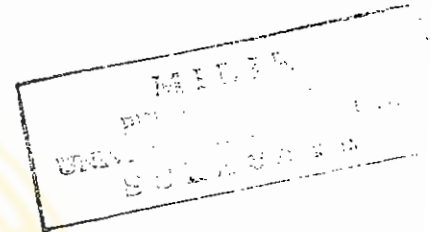
**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH ATRIBUT JASA PENYIARAN RADIO DALAM  
MENARIK MINAT DENGAR ULANG AUDIENS PADA PT. RADIO DUTA  
CAKRAWALA SERASI FM ( DCS 101,6 FM ) MADIUN**

**DIAJUKAN OLEH :**

**NILA MURIANI**

**No. Pokok : 049615466**



**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :**

**DOSEN PEMBIMBING,**

**Y. LILIK RUDIANTO, SE. MBA**

**TANGGAL : 27-11-01**

**KETUA PROGRAM STUDI,**

**DR. AMIRUDDIN UMAR, SE**

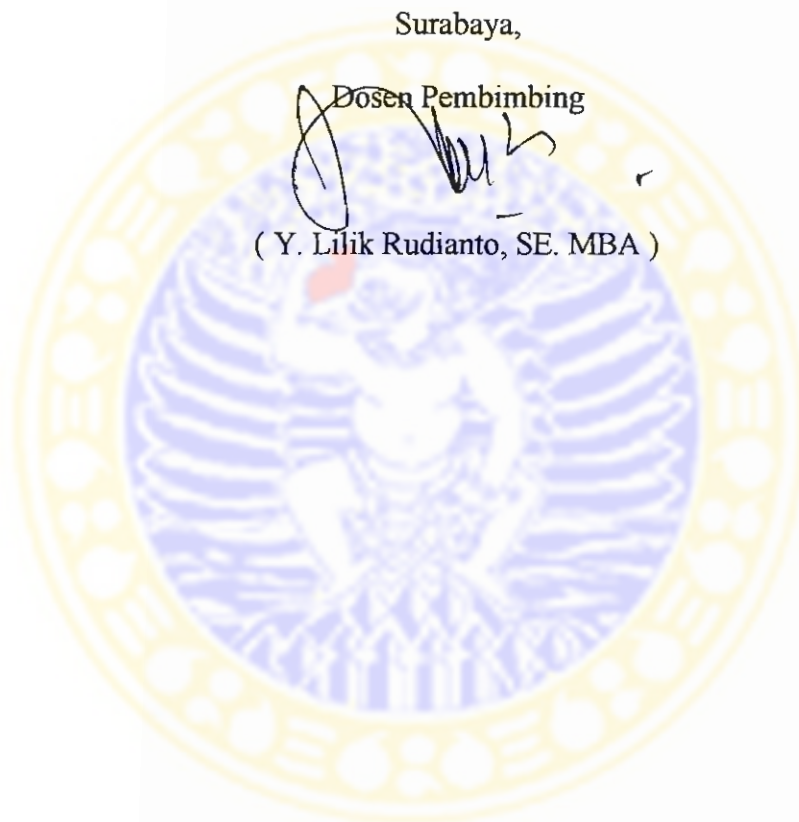
**TANGGAL : 27-11-01**

Skripsi ini telah selesai dan siap untuk diuji

Surabaya,

Dosen Pembimbing

( Y. Lilik Rudianto, SE. MBA )



## ABSTRAKSI

Di era globalisasi seperti sekarang ini, di mana jarak dan waktu tidak ada batas lagi, peranan informasi akan sangat besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Banyak sekali jenis media massa yang menyediakan informasi, sekaligus juga hiburan, pendidikan dan media promosi, baik media cetak maupun media elektronika. Radio siaran, merupakan salah satu bentuk media massa elektronika yang sudah sangat dikenal oleh masyarakat.

Mengingat persaingan di bidang media massa yang sangat ketat, bukan hanya persaingan antar radio siaran tapi juga dengan media massa lain seperti televisi, bioskop, VCD, surat kabar, majalah, internet dan lain-lain maka pihak pengelola radio siaran harus mampu merencanakan, merancang, melaksanakan dan meningkatkan suatu strategi pemasaran yang tepat agar mampu menghasilkan suatu output atau produk yang berkualitas tinggi sehingga tidak ditinggalkan oleh konsumen utamanya, yaitu pendengar ( audiens ) dan para pemasang iklannya.

Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman ( 1996 : 33 ) minat berperilaku dapat dipandang sebagai indikator yang mengisyaratkan apakah konsumen akan tetap tinggal ( *remain* ) atau meninggalkan ( *defect* ) suatu perusahaan.

Penelitian ini bermaksud untuk meneliti pengaruh atribut jasa penyiaran radio dalam menarik minat dengar audiens pada PT.Radio DCS FM Madiun. Atribut jasa penyiaran radio yang diteliti terdiri dari tujuh atribut, yaitu program acara, jenis musik, kinerja penyiar, aktualisasi informasi, kejernihan suara, iklan dan aktivitas *off air*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang pengolahannya dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS dengan hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -0,591 + 0,164X_1 + 0,103X_2 + 0,241X_3 + 0,286X_4 + 0,157X_5 + 0,170X_6 + 0,130X_7$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh dari atribut jasa penyiaran radio ( tujuh atribut ) dalam menarik minat dengar audiens pada PT.Radio DCS FM Madiun.

Dari hasil analisis dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas yang terdiri dari program acara, jenis musik, kinerja penyiar, aktualisasi informasi, kejernihan suara, iklan dan aktivitas *off air* berpengaruh signifikan, baik secara parsial maupun secara bersama-sama dalam menarik minat dengar audiens pada PT. Radio DCS FM Madiun. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F hitung sebesar 23,040 yang lebih besar dari F tabel yaitu 2,1273.

Berdasarkan hasil uji t dari tujuh atribut jasa penyiaran radio yang diteliti, ternyata atribut aktualisasi informasi menunjukkan pengaruh yang paling besar dalam menarik minat dengar audiens, yaitu sebesar 3,196. Selanjutnya atribut program acara sebesar 2,779 ; atribut aktivitas *off air* sebesar 2,765; atribut kinerja penyiar sebesar 2,645; atribut kejernihan suara sebesar 2,602; atribut iklan sebesar 2,414 dan atribut jenis musik sebesar 2,117.